

个数操作文档

数据看板

在日常业务分析中，不同角色对数据查看的需求既有区别也有共通。例如：

1. 投资人关注发展数据，包括活跃用户数、用户留存率，判断产品发展是否健康，评估投资价值；
2. 老板关注总体用户表现、营收相关指标，如周活、月活、市场占有率；
3. 市场推广人员关注不同渠道的质量，如不同渠道的新增用户和活跃用户；
4. 产品经理关注日常使用数据，包括用户使用路径、转化漏斗、关键功能使用等数据。

数据看板从基础数据、渠道数据和趋势数据三个维度为不同角色提供不同查看数据，方便不同角色结合自身数据需求实现日常数据统计，报表可以再次进入每个图表实现深入分析。

个数提供专业的移动应用数据分析能力，为您的应用提供实时数据统计分析服务，统计版本质量、渠道状况、用户行为，通过数据可视化展现，协助产品运营决策。



个数统计

个数统计从用户属性、使用行为等多指标多维度进行全面统计分析，帮助APP运营者深层次挖掘用户需求。

基础统计

基础统计包括**活跃统计**、**成分统计**和**页面统计**。活跃统计实时统计APP新增、活跃、启动等数据，支持渠道、版本、包名、用户留存等多维度数据任意交叉组合；成分统计多维度分析用户成分；页面统计分析用户在应用中使用的行为轨迹。

基础统计能解决哪些问题？

1. 监测产品每天的用户数、访问次数、使用时长等，趋势是否发生变化，引起变化的因素有哪些？

2. 日常的7日留存率为多少？两个推广渠道带来的不同用户留存率哪个更高？某月某日活动拉新用户的，半个月都没有回访的用户比例是多少？
3. 当前用户中有多少用户关闭了通知，有多少用户是30天前注册，也最近30天都没有活跃？
4. 用户的年龄、性别、地域分布，对手机设备的偏好，上网偏好和兴趣偏好如何？
5. 用户进入首页后的实际走向是什么？不同特征的用户行为路径有什么差异？

功能说明

活跃统计包括实时统计、历史趋势、留存率、使用时长和版本分布；

成分统计即活跃用户成分统计；

页面统计包括页面访问、页面转化和页面配置。



1. 模块切换区，包括开发者中心首页、个推、个像、个数、个验、行业报告、短信服务和应用管理；
2. 一级导航栏，包括数据看板，个数统计和个指分析；
3. 二级、三级导航栏，图示以个数统计为例，二级导航**活跃统计**下包括**实时统计**、**历史趋势**、**留存率**、**使用时长**和**版本分布**五个三级导航栏；
4. 系统切换，个数支持安卓、IOS、小程序、快应用四种平台的数据统计；
5. 页面筛选区，筛选指定条件下的统计数据，筛选条件包括渠道、版本、包名等。

渠道统计

渠道表示产品与用户产生互动或用户下载APP的方式，如应用商店、搜索引擎、社交媒体和广告平台等。开发者通过channelId标记渠道，可帮助运营人员分析不同推广方式带来的用户量，通过访问用户数、访问时长、访问频次和留存率等评估渠道质量，衡量渠道的转化效果。

渠道统计能解决哪些问题？

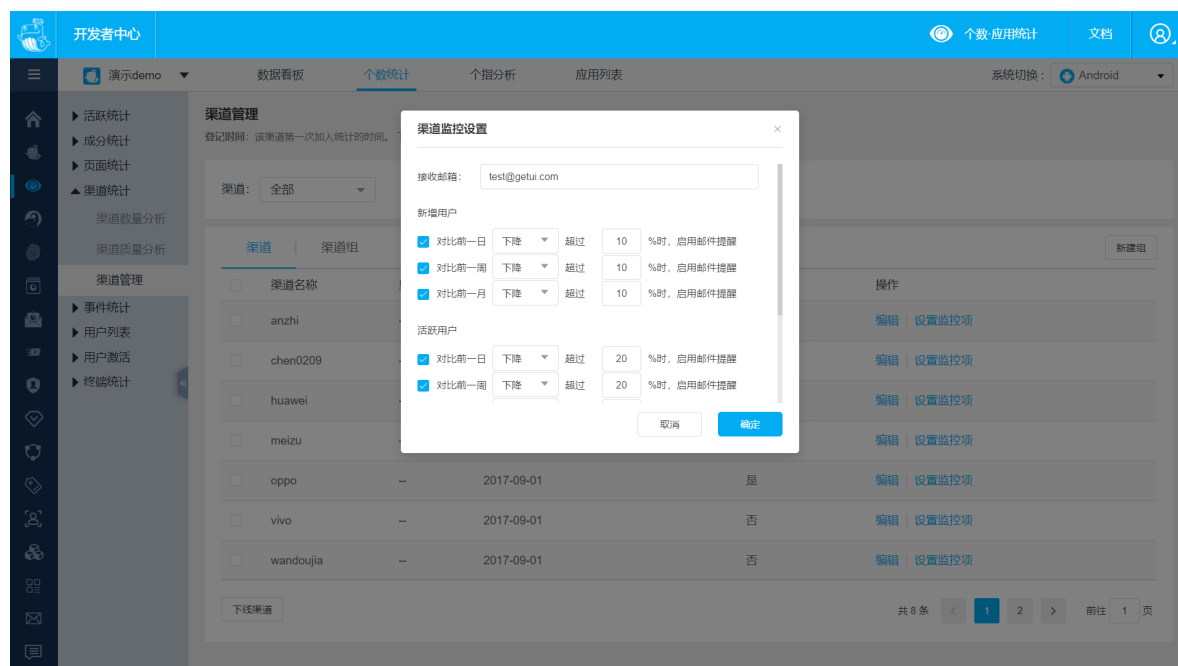
1. 各个渠道的新增用户数、活跃用户数、启动次数如何？
2. 哪个渠道的人均访问时长或人均使用频次最高？
3. 应用商店、搜索引擎、社交媒体.....哪个渠道带来的用户留存率更高？
4. 分析新增用户、活跃用户和留存用户的异常情况？

功能说明

渠道数量分析对比统计不同时间、不同版本、不同用户群在不同渠道的新增用户、活跃用户和累计用户；

渠道质量分析对比统计不同时间、不同版本、不同用户群在不同渠道的人均使用时长、人均使用频次和新增留存率；

渠道管理可帮助用户管理和统计各个渠道使用情况，自定义异常触发条件通过邮件分析异常，或设置渠道组方便渠道筛选管理。



设置渠道监控项目录结构为：渠道管理/渠道/设置监控项。

事件统计

用户在产品上的行为我们定义为事件，事件统计是为了采集用户使用APP的情况，包括**事件配置**、**转化漏斗**、**行为预测**和**可视化埋点**。

事件配置可查看用户对APP内埋点事件的触发情况。包括事件触发次数和触发人数，其中代码埋点可支持事件属性和用户属性筛选，例如开发者代码上传用户属性“注册时间”，则目录结构事件统计/事件配置/事件列表/查看详情中可选择筛选条件中用户属性注册时间等于X年X月X日，查看该用户群体对该事件的触发情况。

转化漏斗表示多个自定义事件按照一定顺序依次触发的流程分析，通过分析每一个环节的转化或流失情况，帮助发现用户流失的关键路径，帮助提升转化率，可用于一些关键路径分析，比如注册流程、购物流程等，帮助识别用户流失的关键步骤。

行为预测将机器学习用于用户行为分析，构建算法模型，预测用户关键行为，可用于用户流失预测或关键事件的自定义行为预测，包括付费行为、卸载行为预测。

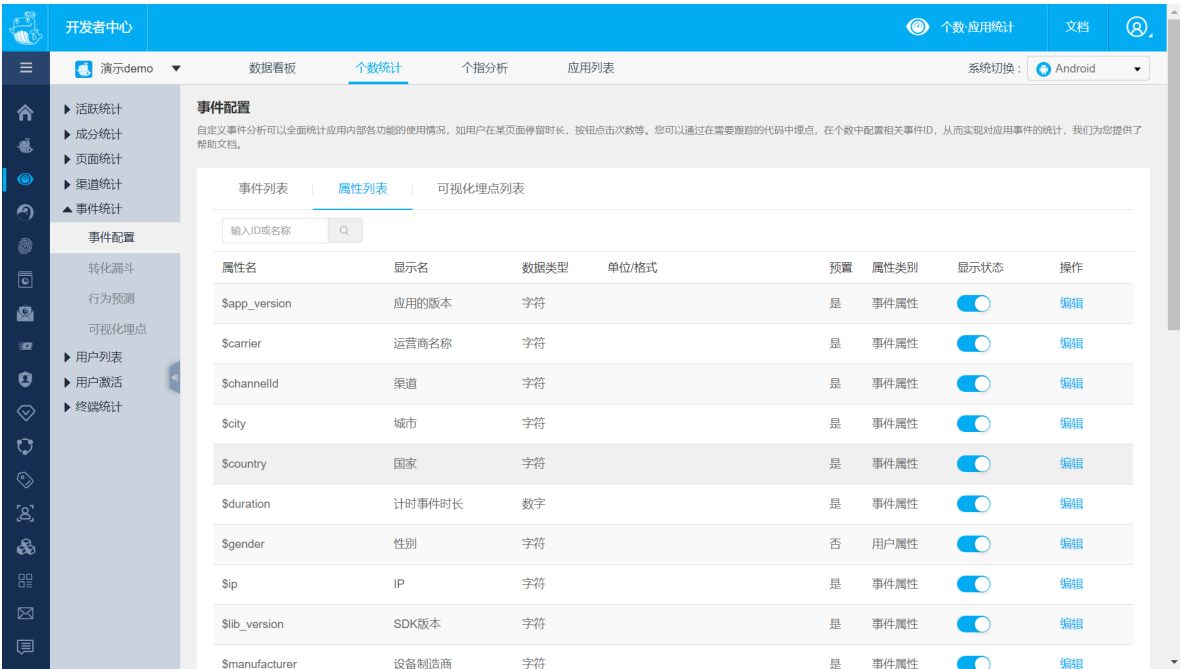
可视化埋点不需要对数据追踪点添加任何代码，通过手机扫描二维码连接管理台，对页面可埋点的元素圈圈点点，即可添加随时生效的界面追踪点，提高运营效率，可视化埋点的报表可通过事件统计/事件配置/可视化埋点列表查看。

事件统计能解决哪些问题？

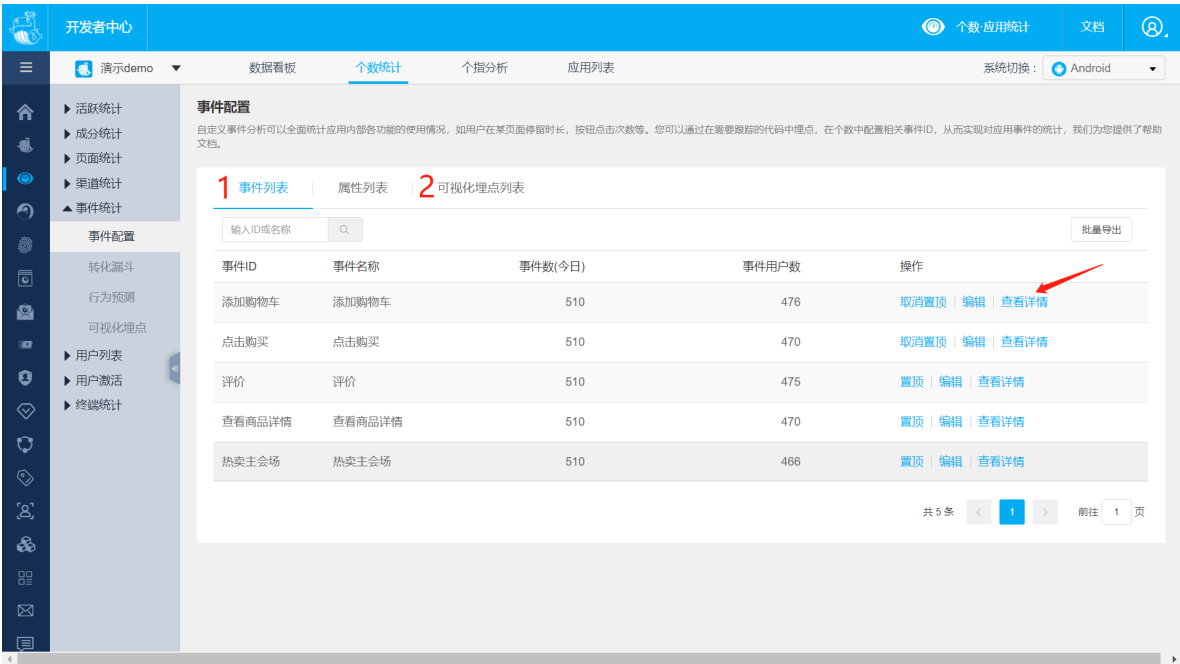
1. 今天上新了一个新功能，用户的点击量如何？杭州地区有多少用户查看了？
2. APP首页流量很大，但是注册的用户很少，用户进入后做了什么，哪个环节出了问题？
3. 用户从“首页-浏览商品页面-加入购物车-形成订单-购买成功”总体转化率如何？
4. 多少用户未来半月内付费的概率较高，哪些用户未来半月内可能会沉默？
5. 运营同学想查看用户点击首页活动banner的次数。

功能说明

事件配置/事件列表展示开发者采集的属性列表，包括事件属性和用户属性。除部分内置事件属性外，开发者可自定义需要采集的属性信息，平台可配置属性的显示状态和显示名称，显示状态开启后，可在事件统计中筛选满足该属性的用户。

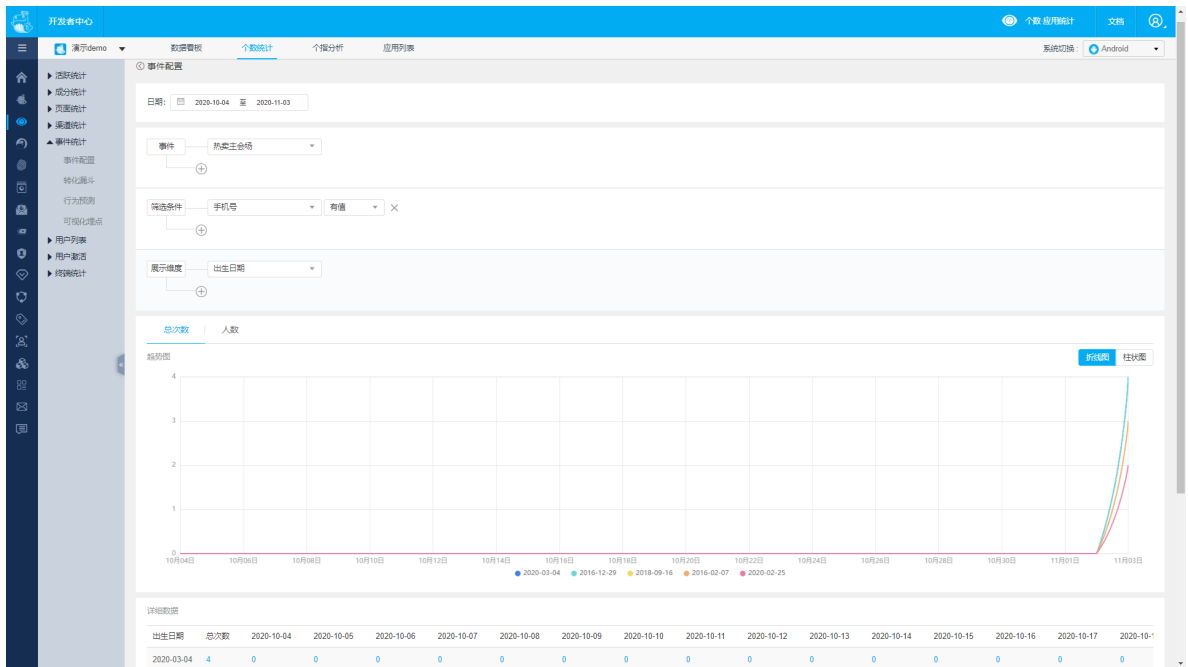


事件配置可查看埋点事件触发情况，包括代码埋点和可视化埋点。



1.事件配置/事件列表可查看代码埋点事件的触发次数和触发人数，点击按钮查看详情详细分析事件人群。筛选条件表示在触发事件的人群中筛选出满足一定事件属性或用户属性的人群，并按照特定维度展示。

例如，客户想查看“查看商品详情”事件中有上传手机号的用户有多少，他们的出生日期有没有规律，具体是哪些人。选择事件“查看商品详情”，筛选条件选择“手机号有值”，展示维度选择“出生日期”。点击详细数据中人群数字可查看用户详细属性。



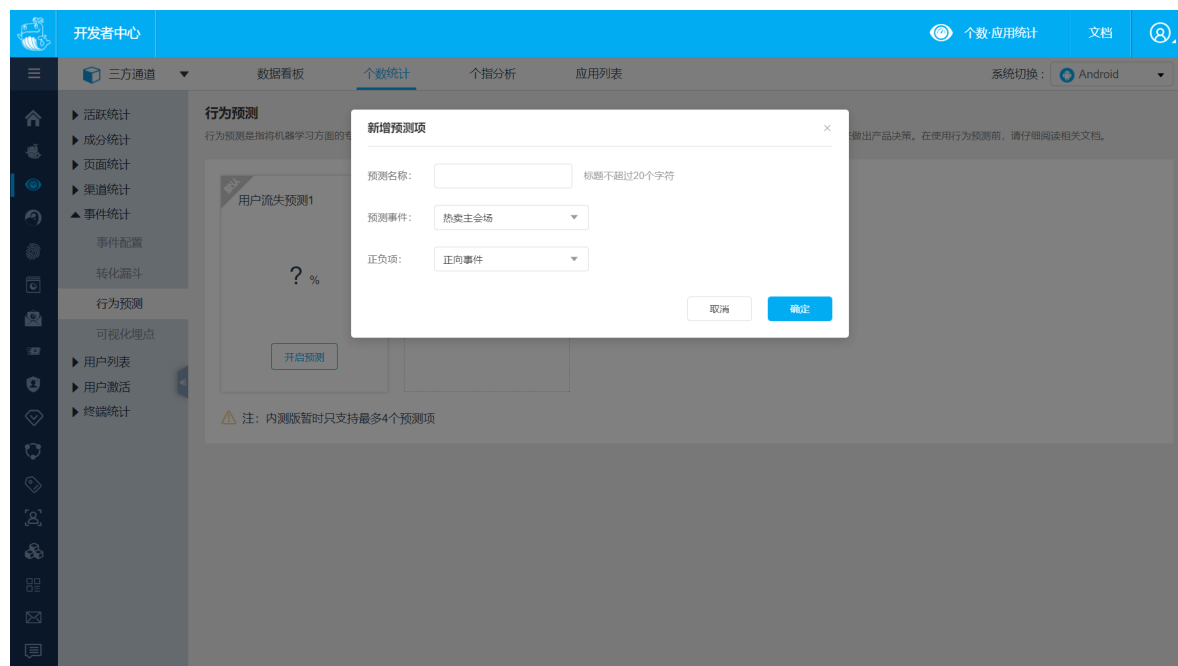
2.事件配置/可视化列表可查看无码埋点事件的触发情况，包括触发事件数和触发人数，点击查看详情可交叉分析不同渠道、包名、版本下用户的详细触发情况。

转化漏斗是用于关键路径的转化率分析，基本操作包括新建漏斗和查看漏斗转化详情。

点击新建漏斗填写需要添加的漏斗信息，包括漏斗名称，漏斗的转化窗口和漏斗事件。漏斗转化期表示分析整个漏斗的时间窗口，点击添加步骤，依次添加待分析的每一个事件，每个事件可独立配置筛选条件，筛选满足特定条件的事件人群。

例如，购买流程一般包括**浏览商品→加入购物车→点击购买**，运营人员想筛选出近7日从小米渠道购买的转化率。则可配置时间窗口为168小时，漏斗事件第1步添加“浏览商品”事件，筛选条件设置“渠道”“等于”“小米”，第2步添加“加入购物车”事件，第3步添加“点击购买”事件。

行为预测是用于用户关键行为的预测，基本操作包括新增预测项和导出预测结果。



点击新增预测项填写预测项信息，包括预测名称、预测事件和正负项。预测事件包括基础预测和自定义预测，基础预测即用户流失预测，自定义事件预测可基于埋点选择自定义事件，如卸载、付费预测等。正负项包括正向事件和负向事件两个选项，分别表示预测事件发生和预测事件不发生。

预测成功后显示行为预测结果，包括基于不同阈值下的用户占比，阈值越小，筛选越严格，准确率越高，用户占比越小。点击右上角可导出预测人群，右下角删除预测项。

备注：针对有历史数据的预测项（个数客户且使用基础预测）即刻开始计算，针对没有历史数据的预测项（个数新客户或新增预测项）：需15天的数据积累才能计算。

可视化埋点可用于运营人员分析产品关键活动推广效果，只需要确保在手机中安装集成了 SDK 的目标应用，使用手机扫码，即刻唤起应用进行可视化埋点。基本步骤如下：

首先登录个推开发者中心，并选择个数事件统计的可视化埋点菜单，使用手机扫码，如是微信扫码需要在浏览器中打开，浏览器扫码后打开以下页面，点击在手机上开始埋点，即可唤起应用（可能部分华为等手机自带的浏览器不允许唤起其他应用，可以尝试用别的浏览器）；



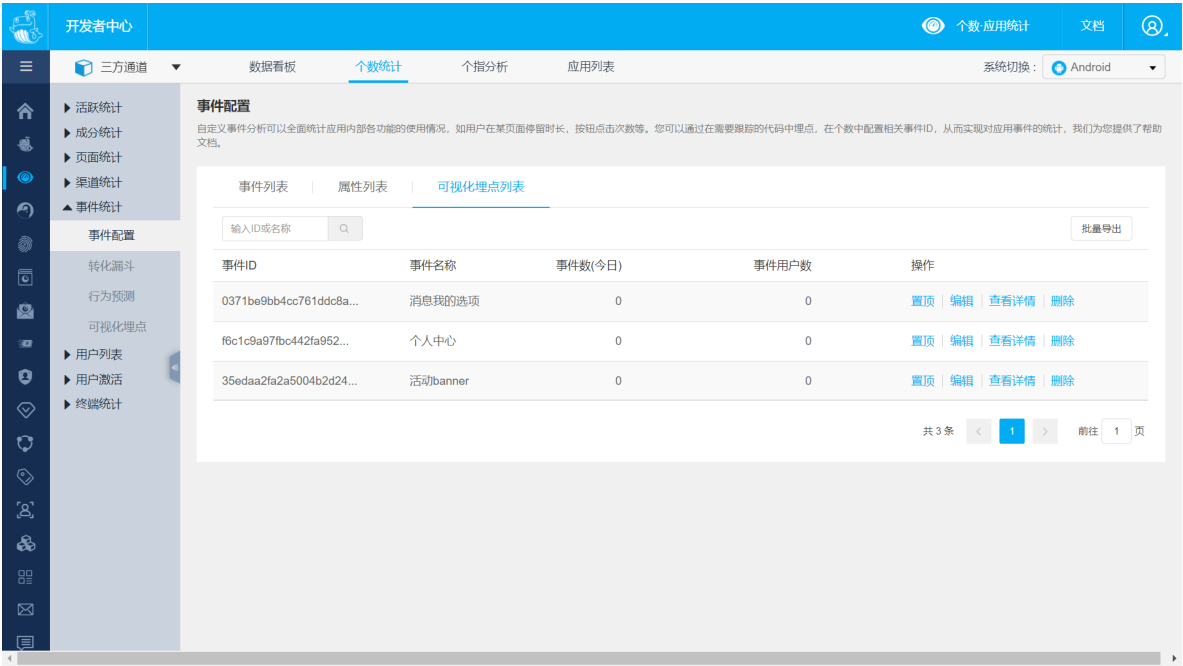
唤起应用后，会看到一个蓝色小圆圈按钮（如果没有出现小蓝点请确认该应用是否已开启悬浮窗权限），将蓝圈按钮拖动到任一可埋点元素上面，松开即可新建该元素的事件配置；

填写事件名称后，点击保存，即可监听该元素的所有点击事件；

保存后可返回到应用界面，可看到已配置的元素会变成黄色，再次拖动按钮到该元素上，会显示该元素已被定义，关闭程序可退出可视化埋点操作。



已配置可视化埋点的事件统计数据，可在事件统计/事件配置/可视化埋点列表目录结构下查看可视化埋点的统计结果。



用户管理

用户管理包括**用户画像**、**用户列表**和**用户激活**。用户列表支持自定义用户分群，把具有相似属性的用户聚集在一起，方便用户导出、查看、对比用户特征和使用数据；用户激活将统计与推送打通，针对沉默用户及预测用户定向唤醒，并通过报表实现推动的后效分析。

用户管理能解决哪些问题？

1. APP中有多少是来自杭州的女性用户？她们在活跃、留存、页面访问上和其它用户有什么不同？
2. 在活动日X年X月X日注册并且访问了活动页面的用户数有多少？他们的30日留存率如何？当前活跃数还有多少？
3. 针对沉默用户的，通过推送可以拉活的用户有多少？
4. 针对行为预测用户，有多少用户点击了推送的文案？

功能说明

用户画像可分析应用用户基础特征、设备特征和兴趣偏好。



用户分群可自定义用户群，包括**通过条件创建**和**上传人群包**两种方式。上传人群包为上传MD5加密后的IMEI数据；通过条件创建为设置满足一定筛选条件的用户群。

用户群管理 > 新建用户群

* 用户群名称: 2020-01-01年出生用户x

* 计算方式: 计算一次 每天计算

[(A1 AND A2)] AND [(B1)]

属性满足

A1: 出生日期 等于 2000-01-01

A2: 性别 等于 女

做了某事

没做某事

B1: 2020-10-29 至 2020-11-04 选择事件

保存 取消

通过条件创建的目录结构为用户列表/用户群管理/新建用户群/通过条件上传。

新建用户群分为三个部分：第一步，设置用户群名称；

第二步，选择用户群计算方式，包括计算一次和每天计算。计算一次表示基于当前用户筛选符合条件的用户群，用户群不会更新；每天计算表示每天计算一次APP所有用户中符合筛选条件的用户，用户群会每天更新。

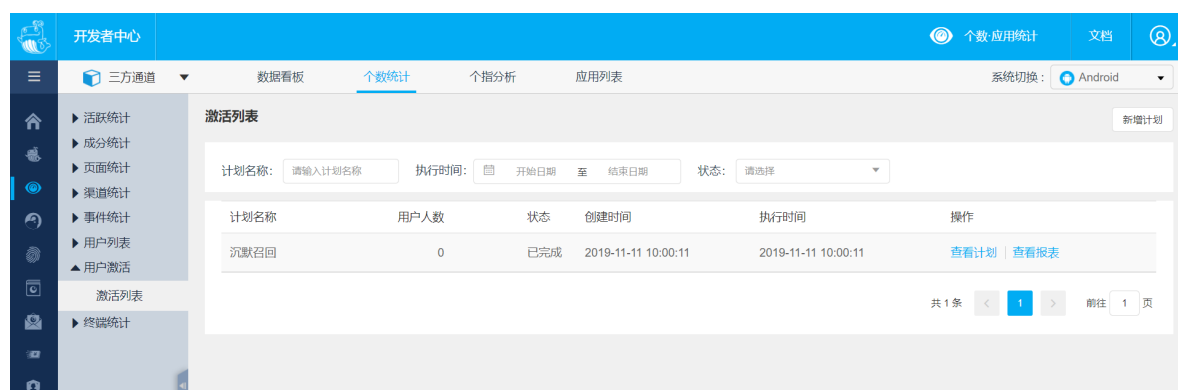
第三步，设置用户群的筛选条件，包括**属性满足**、**做了某事**和**没做某事**三个部分。属性满足表示用户群的用户属性满足条件，用户属性可由开发者配置后采集，用户属性查看和管理的目录结构为事件统计/事件配置；做了某事表示用户在某个时间段触发某事件的次数满足的条件，例如事件点击购买的次数大于2次；没做某事表示用户在某个时间段没有触发某事，例如用户在2019年圣诞节12月25日当天没有触发点击购买的人群。

1.顶部汇总筛选条件的概况；

2.用户条件可选择在筛选条件属性满足、做了某事和没做某事之前取“或”运算或者“且”运算，分别表示满足其中某个条件或必须同时满足所有条件；

3.筛选条件内可选择多个筛选条件之间取“或”运算或者“且”运算，区分满足其中某个条件或必须同时满足所有条件。

用户激活可圈选满足一定条件的沉默用户或行为预测用户，针对圈选的用户定向唤醒，并通过报表实现推动的后效分析。



新增用户激活计划的目录结构为用户激活/激活列表/新增计划。用户群体可选择**沉默用户**或**行为预测用户**。沉默用户可设置自定义条件：**活跃天数/累积活跃时长**满足特定条件；行为预测用户可通过事件统计下的行为预测创建。



列表搜索条件包括计划名称、执行时间和执行状态。执行状态包括：草稿、正在执行、执行失败和已完成。

执行完成后可点击查看报表查看后效数据，包括看护用户数、下发用户数、展示用户数和点击用户数，并统计激活用户留存率。

个指分析

个指分析结合个推大数据分析能力，从卸载行为、行业对比等多指标多维度进行全面统计分析，帮助运营者分析用户卸载场景和APP行业地位。

卸载分析

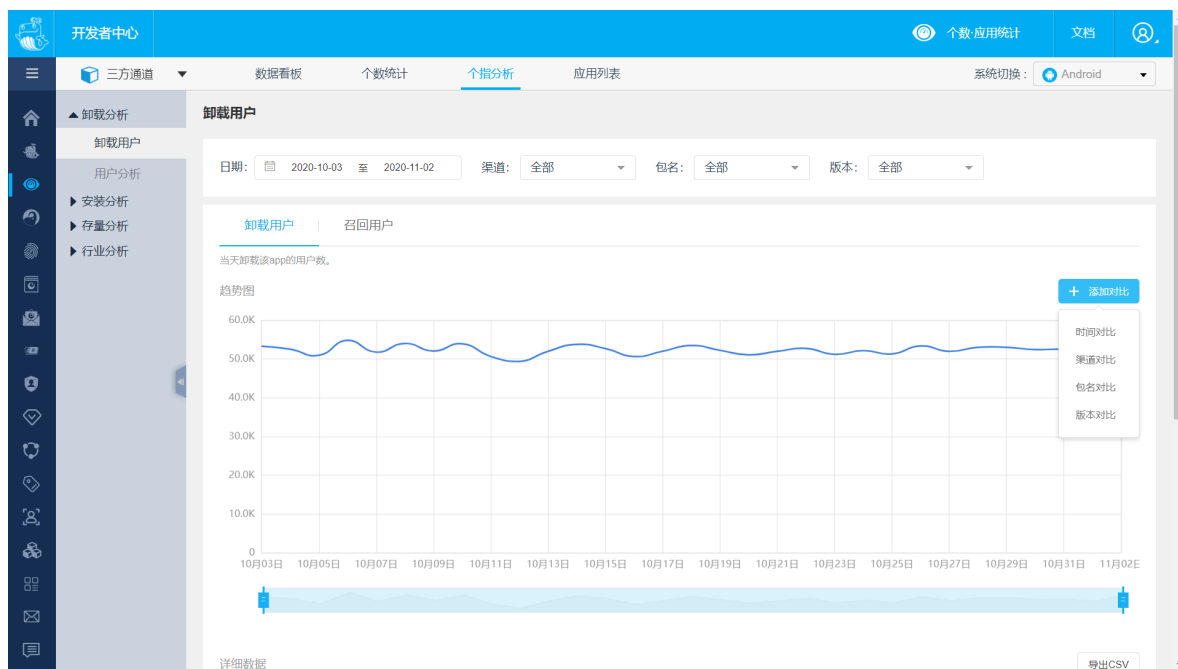
卸载分析包括**卸载用户**和**用户分析**。卸载用户包括卸载分析和召回分析，提供产品不同渠道、版本和包名下的卸载用户数（召回用户数）及卸载趋势（召回趋势）统计，基于不同维度的对比可帮助评估不同获客渠道的质量；用户分析从基础属性、设备属性、使用情况和自定义用户群四个角度分析帮助评估用户属性或特定事件对卸载行为的影响。自定义用户群可统计特定属性用户的卸载量，挖掘目标用户的卸载情况，及时调整策略；对特定事件用户群的卸载分析可帮助评估推广活动效果，对用户的负面影响程度，及时调整活动策略。

卸载分析能解决哪些问题？

1. 监测产品每天的卸载用户数和召回用户数，趋势是否发生明显变化，引起变化的因素有哪些？
2. 对比小米和华为哪个渠道质量更高，卸载的用户更少，召回的用户更多？
3. 查看卸载用户在当前APP所处的生命周期，卸载APP之后是否流向了竞品，流向了哪些竞品？
4. 卸载用户对APP的使用情况，最后使用是什么时候？安装APP的时长？近30天使用APP的次数？是否安装了竞品？
5. 评估针对推广活动、高频push活动等事件是否对用户卸载有负面影响？

功能说明

卸载用户包括卸载和召回用户分析，点击添加对比可基于不同维度对比不同渠道、版本和包名下的卸载数据，评估不同获客渠道的用户质量，优化投放策略。



用户分析从基础属性、设备属性、使用情况和自定义用户群四个角度提供卸载用户画像，深入挖掘卸载用户特征，帮助分析卸载原因。竞品流向分析用户卸载后是否流向竞品，流向哪些竞品。自定义用户群可通过下拉选择用户群，帮助评估用户属性或特定事件对卸载行为的影响。

备注：卸载用户支持通过接口导出，导出时间为近三个月，时间间隔最大为7天，导出用户量为10%。

行业分析

行业分析包括**行业趋势**、**指数对比**和**行业对比**。行业趋势展示当前应用所处行业下，按市场占有率排序的top 30 APP，统计包括APP市场占有率和活跃度，帮助了解应用当前所处的行业地位。指数对比可选取三个重点关注竞品，1v1对比应用的活跃度、用户黏度、用户增速和卸载率。行业对比从自身数据、竞品数据、行业均值和同行业同规模均值四个角度对比市场占有率、新增用户数、人均使用时长和人均使用频次，帮助了解自身行业竞争力。

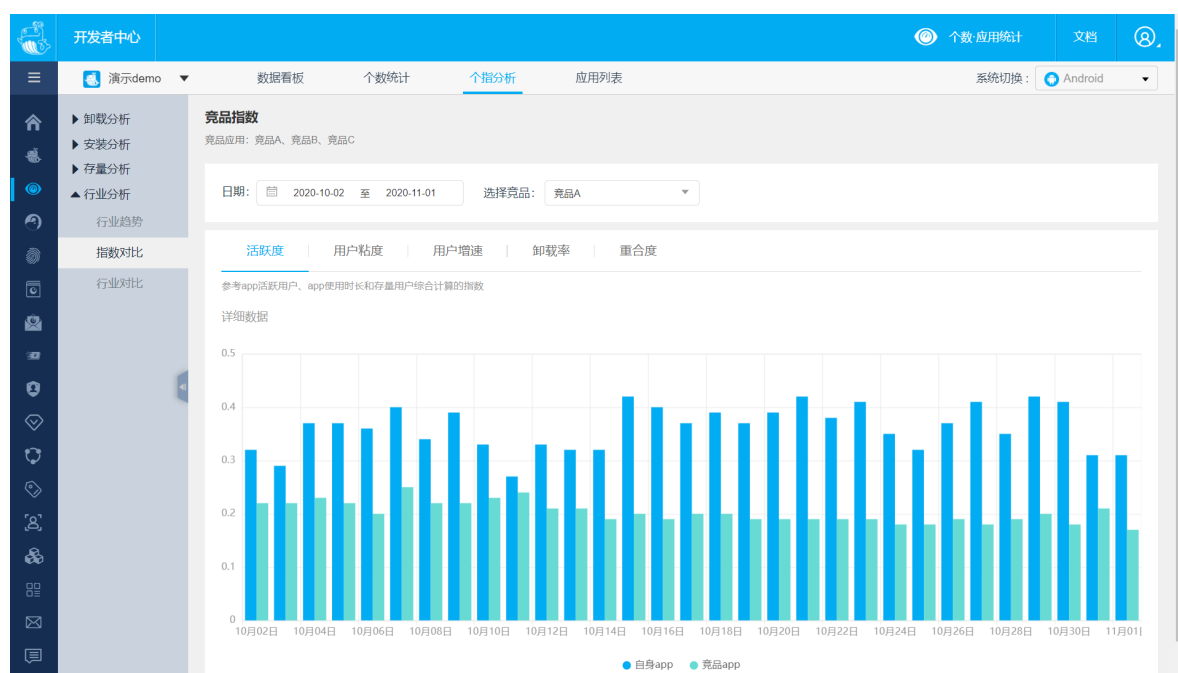
行业分析能解决哪些问题？

1. 当前应用所处的行业位置如何，这个行业头部的APP有哪些，市场占有率如何？
2. 和竞品相比，用户增长速度哪个更快，用户粘度哪个更高？
3. 和竞品相比，APP的活跃度是更高还是更低？
4. 和行业大盘相比，APP的用户增长是更快还是更慢了？

功能说明

行业趋势展示应用当前所处行业下，按市场占有率排序的top 30 APP，统计包括APP市场占有率和活跃度，若页面显示的APP当前行业有误，可点击修改行业，审核通过后显示修改后的APP排行榜。

指数对比提供与竞品活跃度、用户黏度、用户增速和卸载率的1v1对比，为全方位保护数据隐私，我们将所有数据转化为可读性更高的指数。其中，活跃度是参考APP活跃用户、APP使用时长和存量用户综合计算的指数；用户黏度=DAU/MAU，用以衡量用户对app的粘性指数；用户增长速度=（今日活跃-昨日活跃）/昨日活跃；卸载率= 卸载人数/存量。



行业对比提供自身与竞品、行业均值、同行业同规模均值的市场占有率、新增用户数、人均使用时长和人均使用频次的对比。其中，市场占有率=APP存量用户数/市场同类APP设备存量用户总数；新增用户数表示安装后首次启动应用的用户数，不包括重复安装；人均使用时长=APP总使用时长/总使用人数（秒）；人均使用频次=APP总使用频次/总使用人数（次）。



其它分析

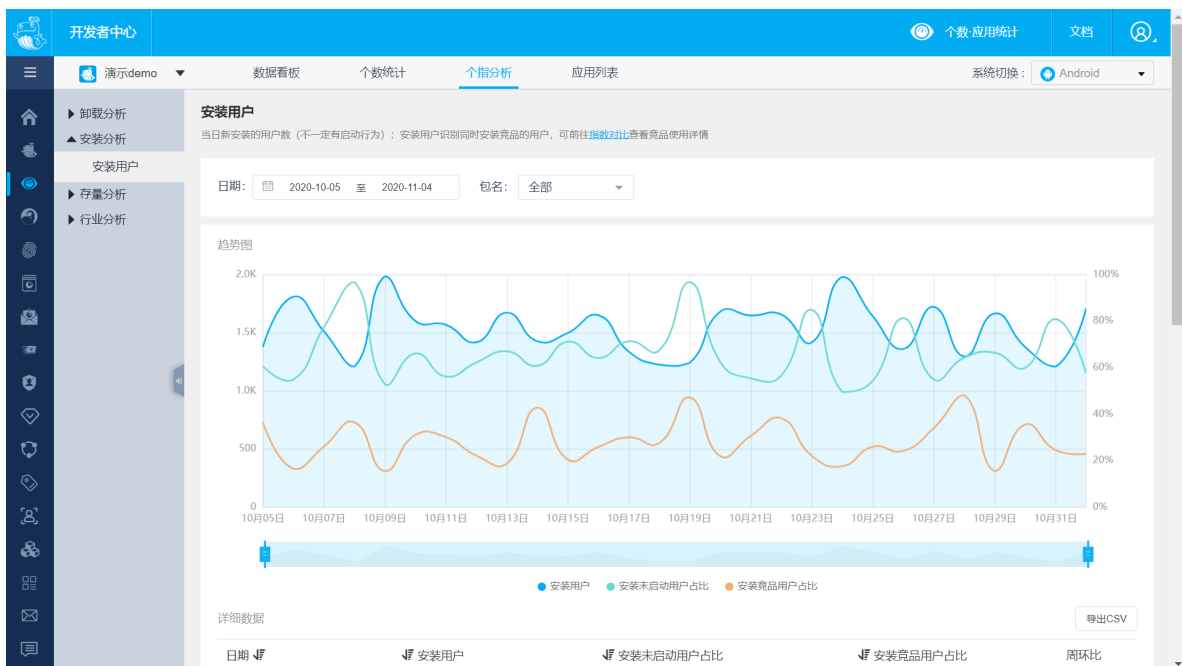
其它分析包括**安装分析**和**存量分析**。安装分析分析应用的安装趋势，并统计安装用户中未启动的用户占比和同时安装竞品的用户占比。存量分析展示存量用户趋势，并分析存量用户中同时拥有竞品的用户占比。

其它分析能解决哪些问题？

1. 运营最近新开展了活动，应用安装量有没有明显提升，安装的用户是不是都打开了APP？
2. 新安装APP的用户有多少同时也安装了竞品？
3. 应用当前的用户中有多少也同时安装了竞品？

功能说明

安装用户展示应用安装量趋势，安装用户中未启动的用户占比和同时安装竞品的用户占比。



存量用户统计应用在手机设备上的用户总数，并分析存量用户中同时拥有竞品的用户占比。

